



# Smart Observatory

Temporada Verano 2022



# El Smart Observatory establece una medida holística que permite identificar la tendencia sectorial para el trimestre futuro

## Marco metodológico



### Estructura

### Claves a analizar

### Fuentes

<p><b>1</b> Entorno macroeconómico </p>	<p>Arrancaremos el análisis identificando cómo han variado las principales variables macroeconómicas que pueden afectar al turismo, en España y en los países de su entorno.</p>	
<p><b>2</b> Situación sanitaria </p>	<p>En este punto se analizará la evolución de las principales variables de la pandemia y su impacto en el sector.</p>	
<p><b>3</b> Retrospectiva sectorial </p>	<p>Identificaremos cómo han variado los flujos turísticos en el último trimestre y qué tendencias se observan.</p>	
<p><b>4</b> Sentimiento del turista </p>	<p>Analizaremos los atributos y valores que subyacen a los comentarios y reseñas que el turista genera en los canales digitales, pudiendo identificar el sentimiento neto del mismo y su evolución.</p>	
<p><b>5</b> Intención de viaje </p>	<p>En este punto se analizará cómo los turistas están realizando sus búsquedas futuras, identificando los orígenes y destinos, con el fin de poder disponer de una orden de magnitud comparable entre los distintos periodos de tiempo.</p>	
<p><b>6</b> Prospección futura </p>	<p>Analizaremos las reservas existentes en cartera realizadas previamente al inicio del trimestre a analizar, para identificar la tendencia futura de la demanda.</p>	
<p><b>7</b> Índice Smart Observatory </p>	<p>En base a los anteriores análisis definimos el Índice Smart Observatory, que pondera los resultados relativos de los análisis previos (en base 2019), estableciendo un marco comparativo a nivel de trimestre.</p>	

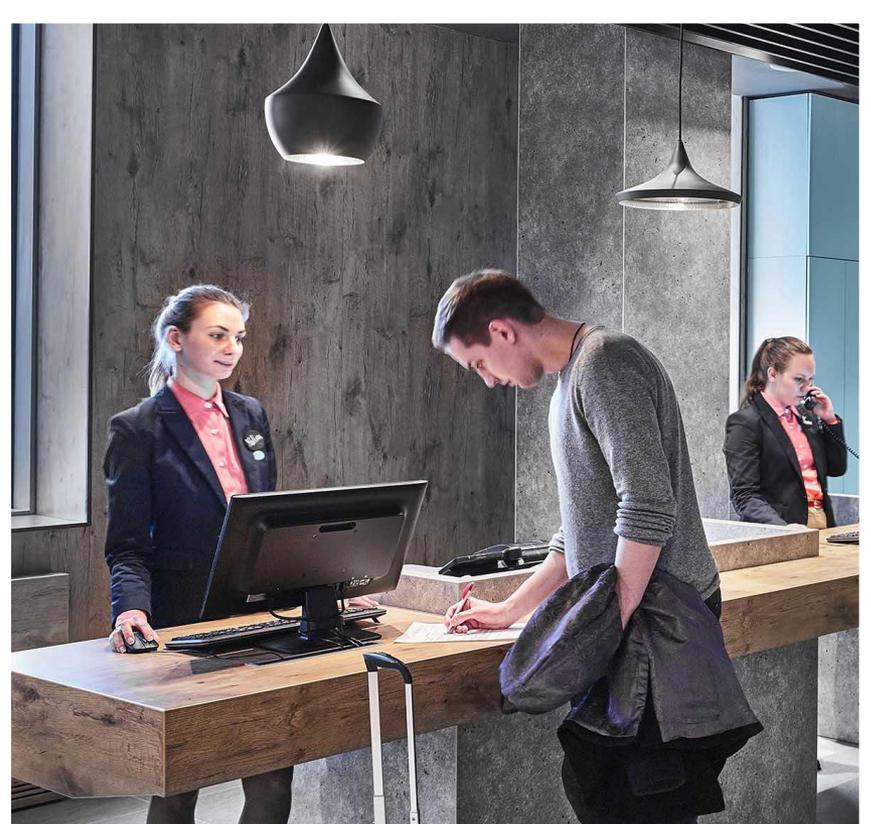


# Índice

## 1 Resumen ejecutivo

## 2 Análisis Smart Observatory

- 2.1. Entorno macroeconómico
- 2.2. Situación sanitaria
- 2.3. Retrospectiva sectorial
- 2.4. Sentimiento del turista
- 2.5. Intención de viaje
- 2.6. Prospección futura





1

# Resumen ejecutivo



# La temporada Verano 2022 roza la recuperación del sector, amenazado por el entorno macroeconómico global

**El sector del turismo roza su recuperación en el Verano 2022, a pesar del escenario inflacionista que ha erosionado la intención de viaje en el mes de junio, aunque superando los niveles de 2019 en los principales países emisores**

El **índice Smart Observatory** nos marca un **valor de 0,95 para el verano de 2022**, reflejando una recuperación prácticamente total y 0,32 puntos superior al mismo periodo de 2021

La eliminación de las restricciones ha permitido la **reactivación del turismo internacional** que, para los meses de abril y mayo de 2022, se situaba en **un 87% del volumen de 2019**, mientras que el **turismo nacional superaba el habido en 2019 en 0,4m** de turistas hospedados.

**La intención de viaje de los países europeos se dispara**, en especial **los países nórdicos casi duplicando los niveles de 2019**. La intención en los **Países Bajos, Italia y Alemania** también crece hasta **superar en más de un 50% la intención prepandemia**.

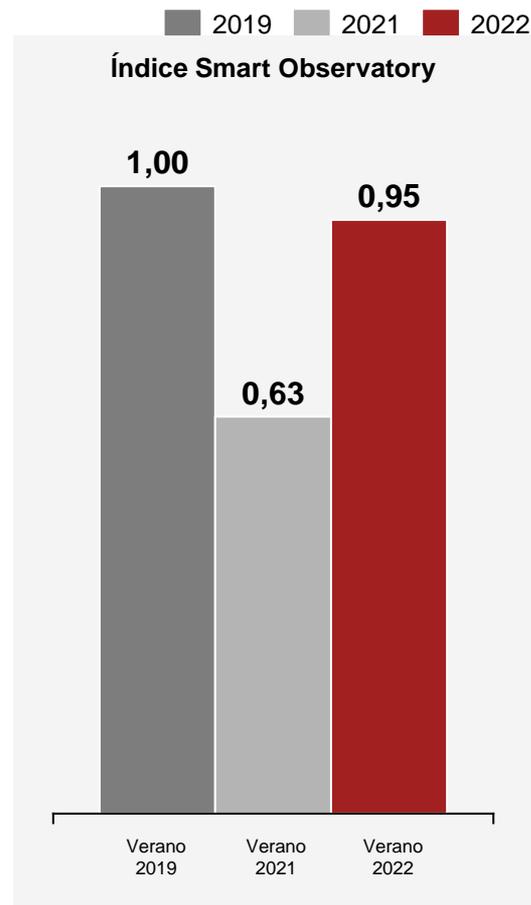
Por otra parte, **el sentimiento neto del viajero se mantiene positivo**, aunque impactado por el escenario inflacionista, así como por el

**sentimiento de los turistas ingleses**, que ven afectados sus viajes por los **controles fronterizos** al llegar al país.

Por último, **la mejora de precio medio** ha permitido al sector hotelero **superar los ingresos de 2019** en el Q2<sup>(1)</sup>, a pesar de tener una **ocupación ligeramente inferior**.

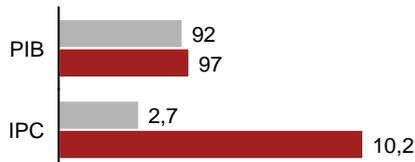
De cara a la **temporada de verano las reservas han crecido notablemente, duplicando los valores de 2021** en los meses de julio y septiembre, reforzando la recuperación del sector, en especial **Madrid y Barcelona**, que con la recuperación del turismo urbano y el turismo de grupos **triplican las reservas del 2021** para este verano.

No obstante, **las cancelaciones** para este segundo trimestre del año continúan siendo superiores a las de 2019, con un **incremento notable durante el mes de junio de 2022**. A lo que se debe añadir la **incertidumbre sobre una posible séptima ola de COVID**.



# A pesar del escenario inflacionista, existe un interés alto por viajar a España en el primer verano sin restricciones

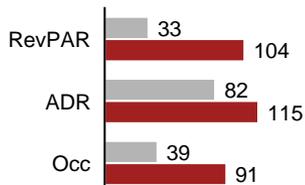
## PIB en base 100 Q2 2019 e IPC\*



La economía española reduce el ritmo de crecimiento a causa de la inflación e inestabilidad económica

## Indicadores hoteleros

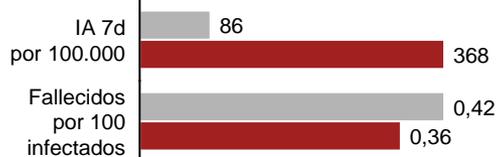
Base 100 Q2 2019



La mejora de precio medio consigue superar los ingresos por habitación de 2019, mientras que la ocupación está cerca de recuperarse

## Situación COVID

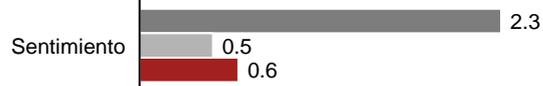
A fecha 29 de junio



El riesgo de una séptima ola dispara los contagios en España, mientras que la vacuna mantiene baja la mortalidad

## Sentimiento neto hacia España

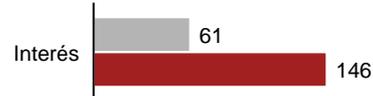
[-5 valor más negativo, +5 valor más positivo]



El sentimiento neto hacia España se mantiene positivo, aunque resentido por la subida de precios

## Interés por el viaje a España

Base 100 Q2 2019



El interés por viajar a España se dispara y supera con creces los niveles de 2019

## On the book (cartera) a fecha 22 de junio



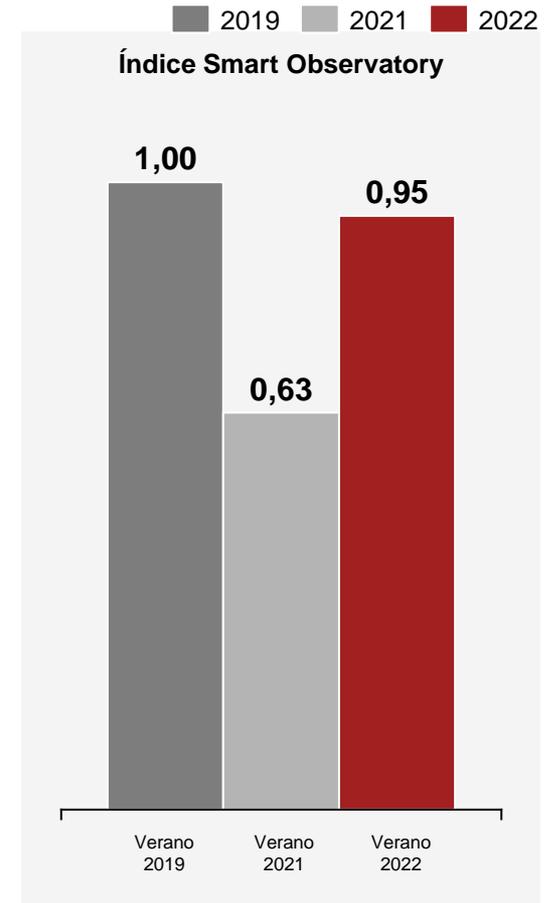
Las reservas para el Q3 de 2022 duplican los valores de 2021

## On the book (cartera) en canal directo

a fecha 1 de julio en base 100 1 de julio 2019



Para el verano de 2022 los ingresos de las reservas en cartera superan los niveles prepandemia, mientras que las cancelaciones continúan estabilizándose a niveles de 2019



\*Datos disponibles más recientes

\*\* El canal directo ha crecido aproximadamente un 40% en cuota frente al resto de canales

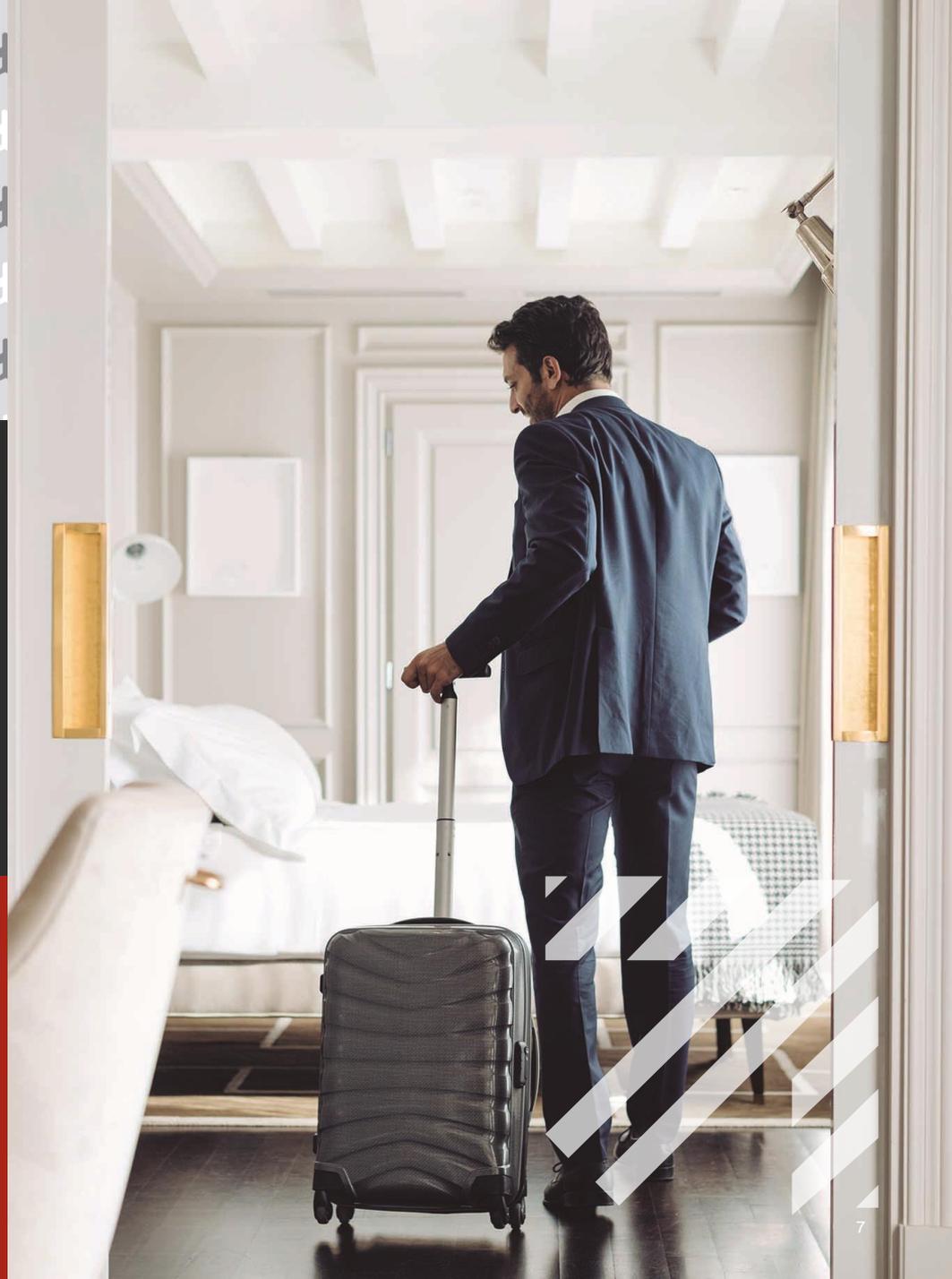
Fuente: OCDE, Banco de España, INE, Our World in Data, Google Trends/Google Travel Insights, STR, Mirai, Análisis PwC



# 2

## Análisis Smart Observatory

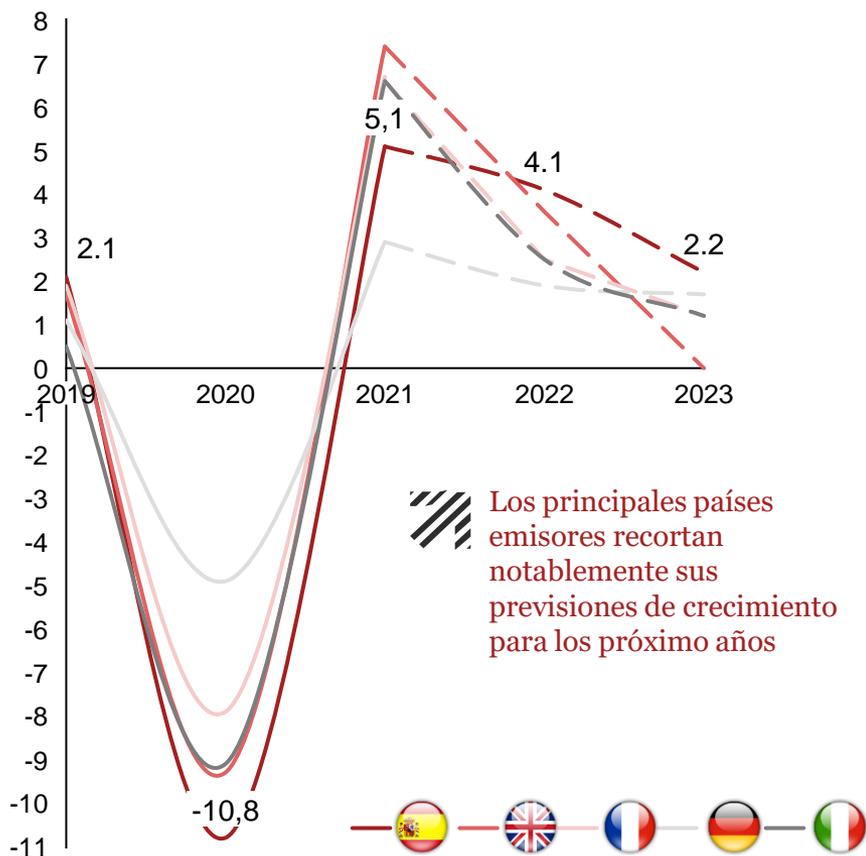
- 2.1. Entorno macroeconómico
- 2.2. Situación sanitaria
- 2.3. Retrospectiva sectorial
- 2.4. Sentimiento del turista
- 2.5. Intención de viaje
- 2.6. Prospección futura



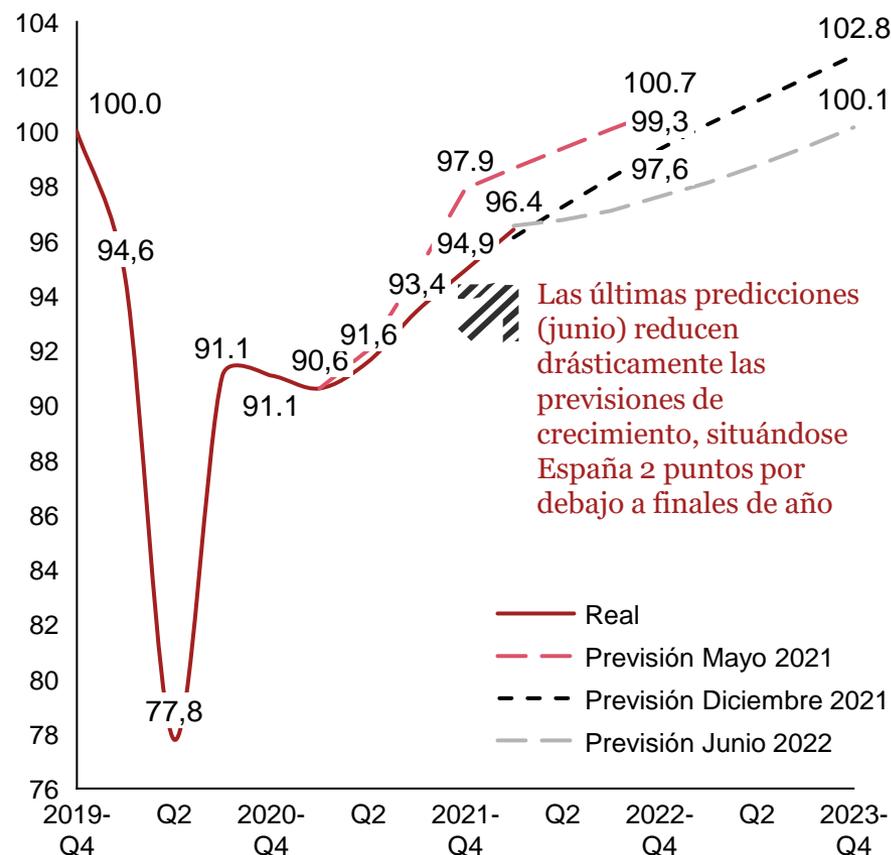
# Las previsiones de crecimiento mantienen el pesimismo, ralentizando la recuperación de España hasta finales de 2023

## Tendencias macroeconómicas

Evolución del PIB entre 2019 y 2023\* [Var %, Anual]



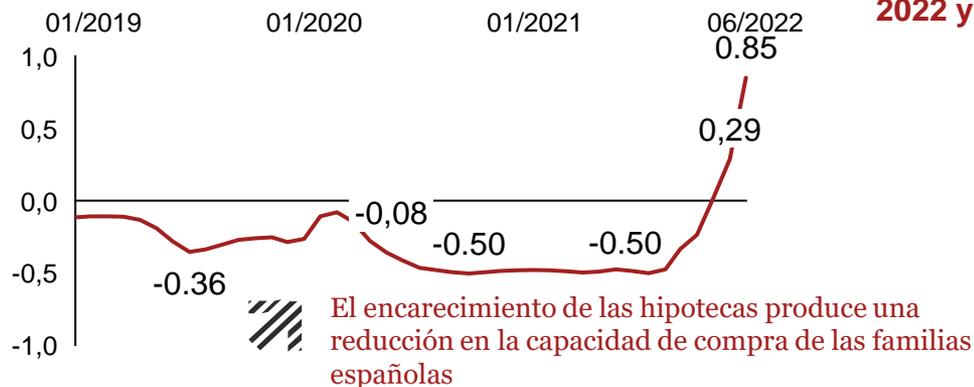
Evolución y comparativa de proyecciones del PIB español [Base 100 Q4 2019]



# El Euribor crece rápidamente en la primera mitad del año, situándose en valores positivos (0,85% en junio)

## Tendencias macroeconómicas

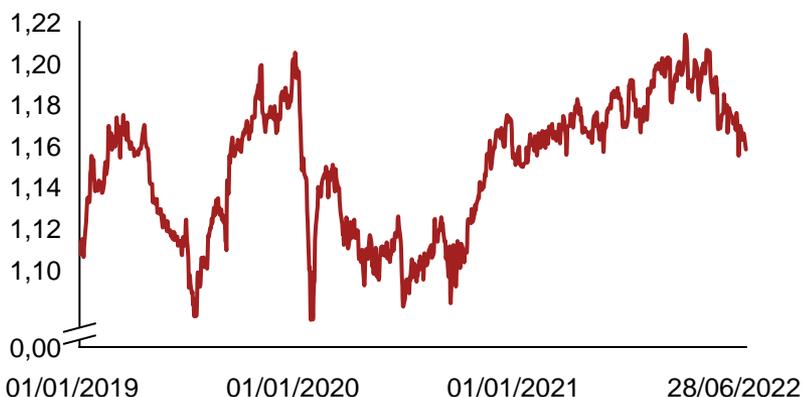
**Euribor mensual histórico [%]**



**Tasa de desempleo entre 2019 y 2023, previsiones 2022 y 2023 [%]**

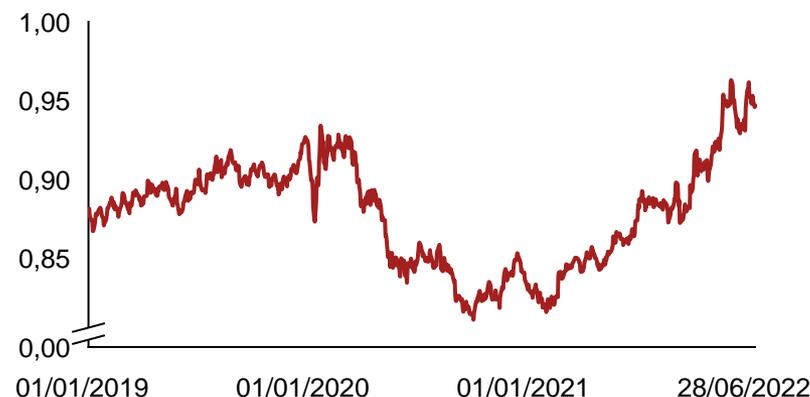
	2019	2020	2021	2022*	2023*
	14,1	15,5	14,8	13,6	13,9
	3,8	4,5	4,5	3,9	4,3
	8,5	8,1	7,9	7,5	7,8
	3,2	3,9	3,6	3,1	3,4
	10,0	9,3	9,5	9,0	9,3

**Cambio Libra/Euro histórico**



La devaluación de la libra afecta a los turistas ingleses, que ven como se encarece su viaje a España

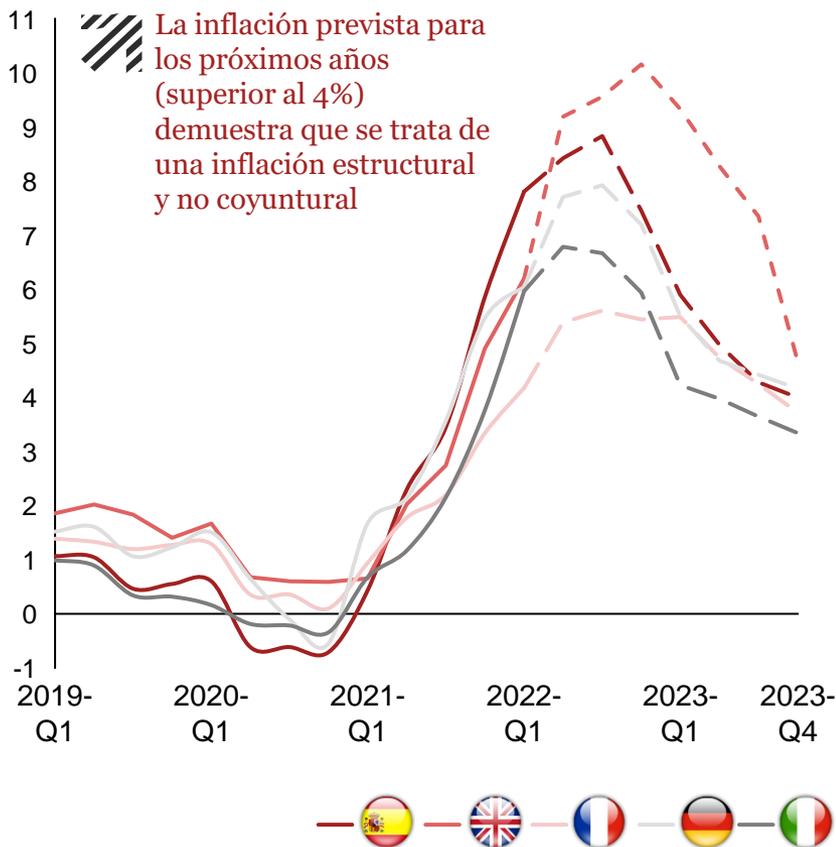
**Cambio Dólar/Euro histórico**



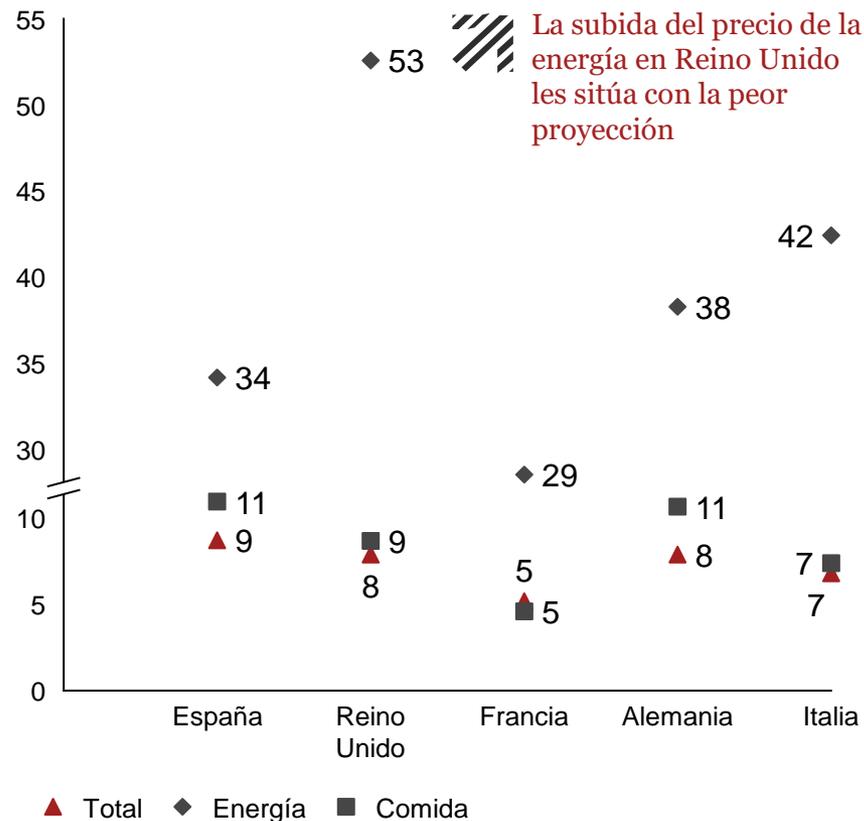
# El precio de la energía y la comida continúan subiendo por el desabastecimiento, que se prevé que continúe hasta 2024

## Tendencias macroeconómicas

Evolución de la inflación entre 2019 y 2023 [Var Anual, %]



Inflación total, energía y comida – junio 2022 [Var Anual, %]

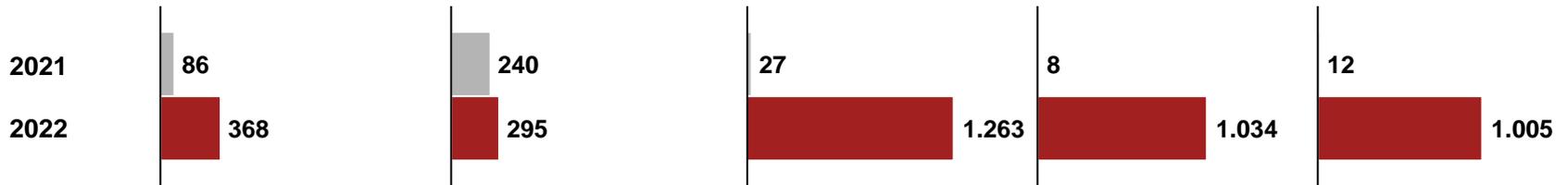


# La séptima ola aumenta los contagios en Europa, mientras que la mortalidad se reduce drásticamente

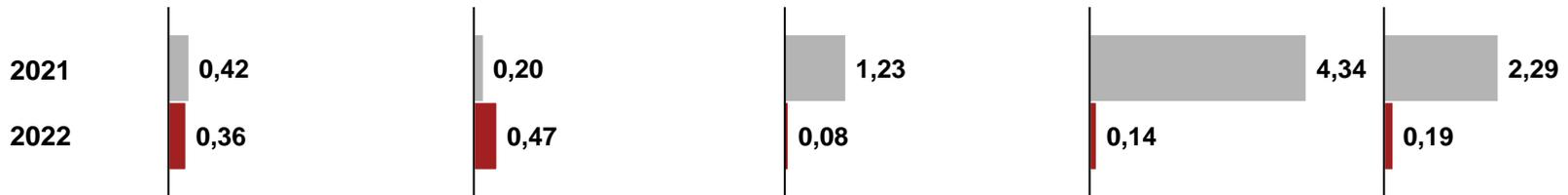
## Evolución situación sanitaria (act, 29/06/2022)

**Incidencia acumulada 7 días** [Contagios por 100.000 habitantes en los últimos 7 días]

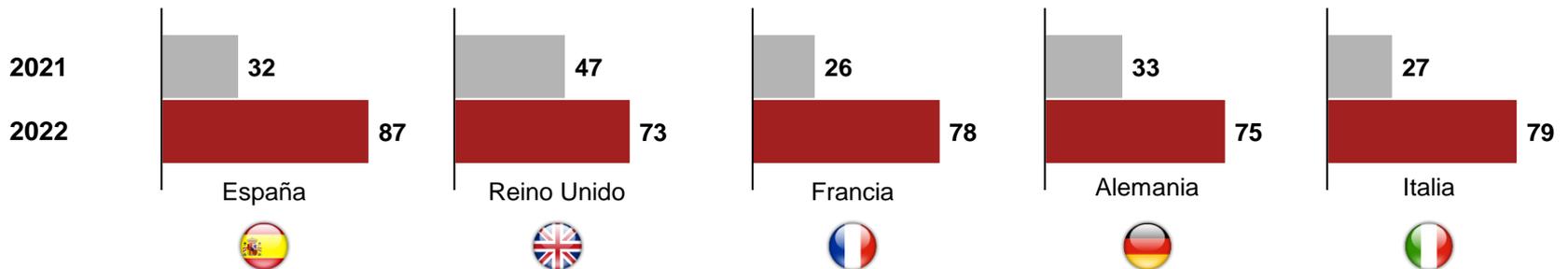
■ 2021 ■ 2022



**Porcentaje de mortalidad entre los infectados** [fallecido entre contagiados, %]



**Porcentaje de la población con vacunación completa** [personas con pauta completa entre población, %]



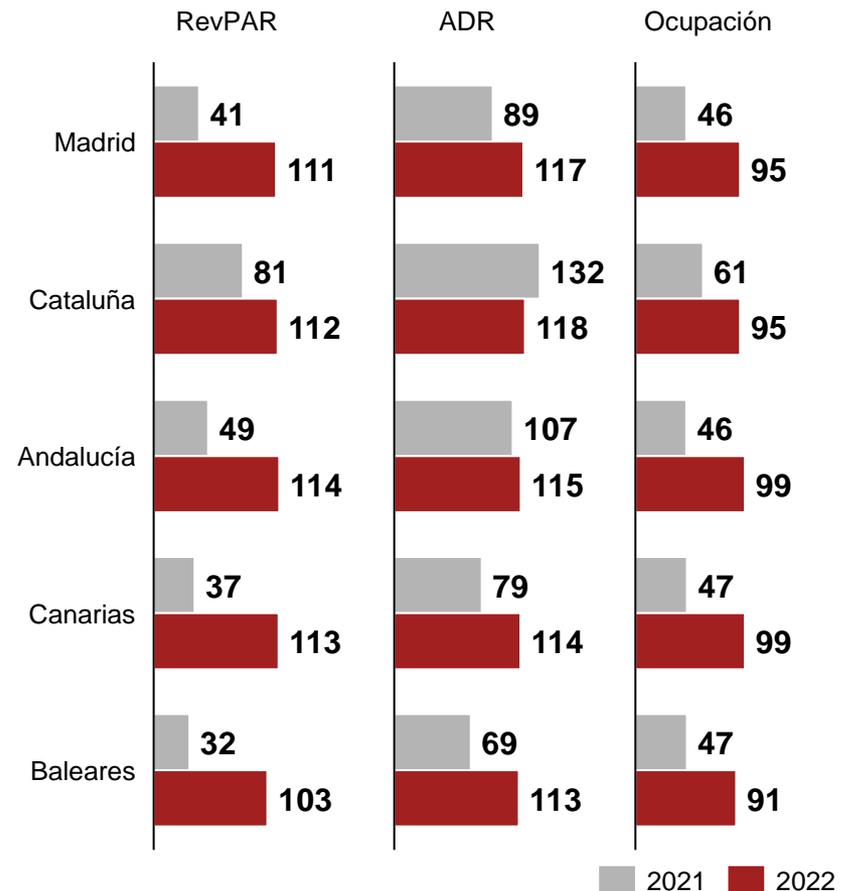
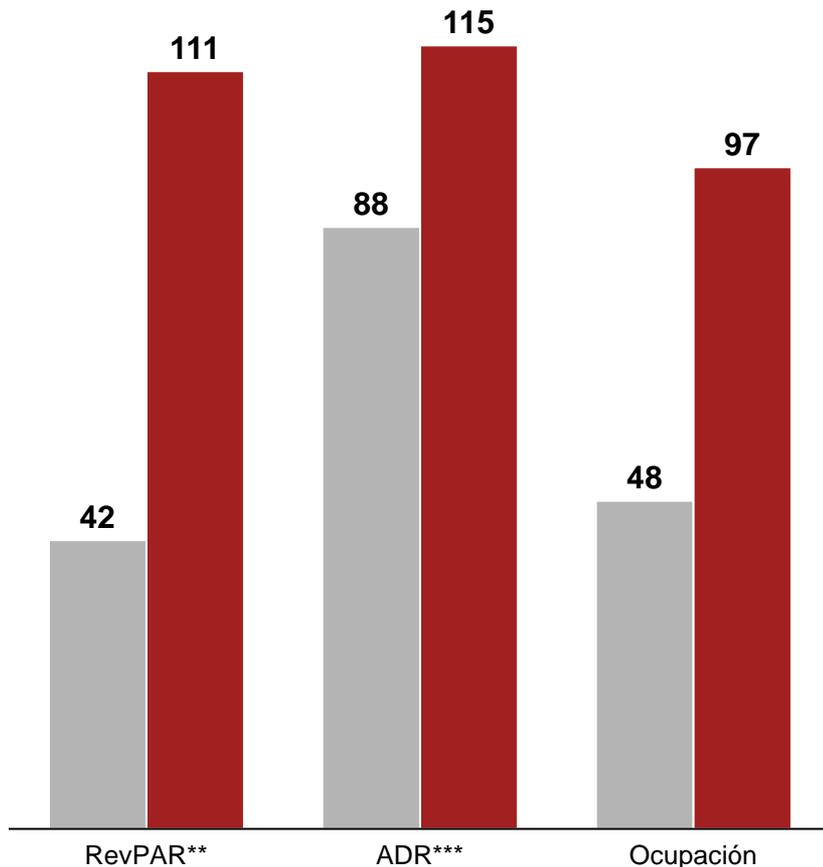
La virulencia del COVID se reduce a medida que aumentan las vacunaciones, sin embargo, la aparición de una nueva ola dispara los contagios en Europa

# El turismo continúa con su reactivación, alcanzando ocupaciones al 97% de 2019 y superando el precio medio

## Evolución de los principales indicadores hoteleros

Nivel nacional [Base 100 Q2\* 2019]

Detalle regional [Base 100 Q2\* 2019]



\*Los datos se refieren solo a abril y mayo, ya que los datos de junio no estaban disponibles a la hora de realizarse el informe

\*\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones disponibles

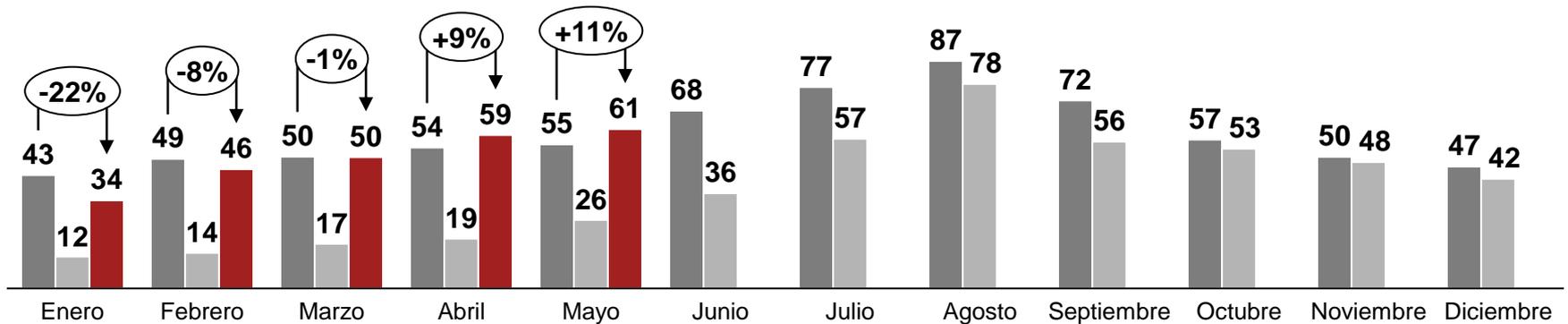
\*\*\*ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas

Fuente: INE, Análisis PwC

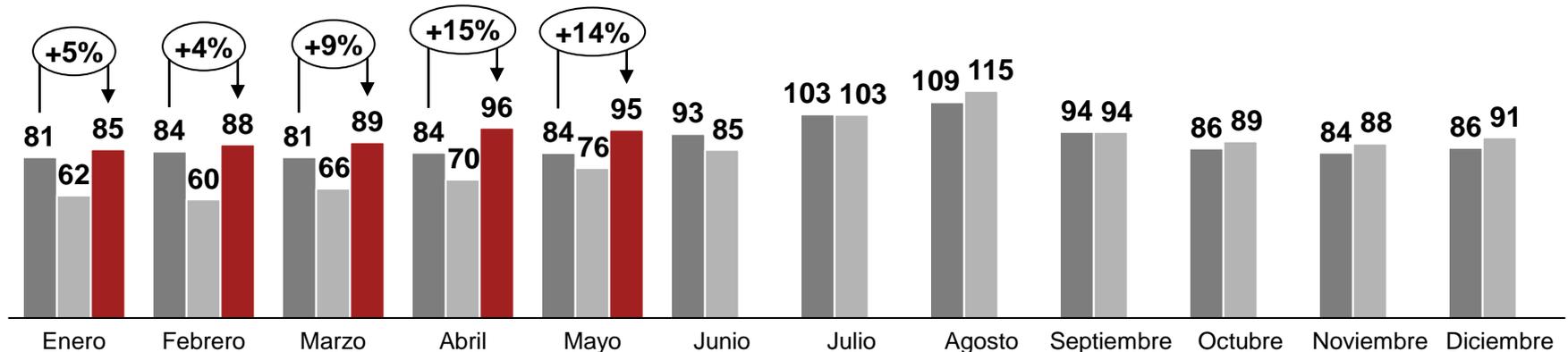
# El sector continua con paso firme en la mejora constante y continua del RevPAR, que supera en abril los niveles de 2019

## Evolución RevPAR\* y ADR\*\*

RevPAR [Euros]



ADR [Euros]



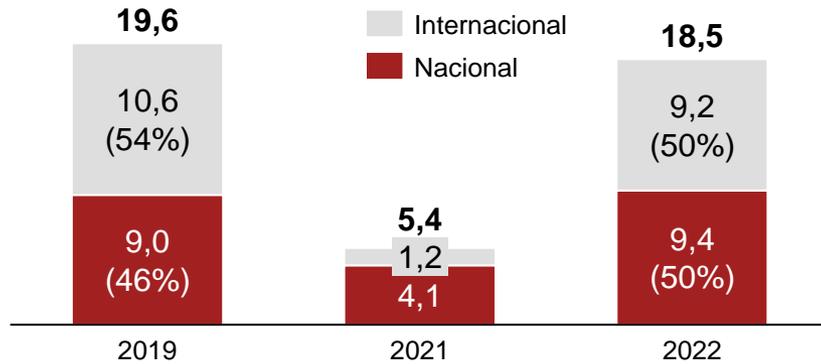
■ 2019 ■ 2021 ■ 2022

\*RevPAR: Ingresos totales entre el total de habitaciones.  
 \*\*ADR: Precio medio diario de las habitaciones ocupadas.  
 Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Análisis PwC

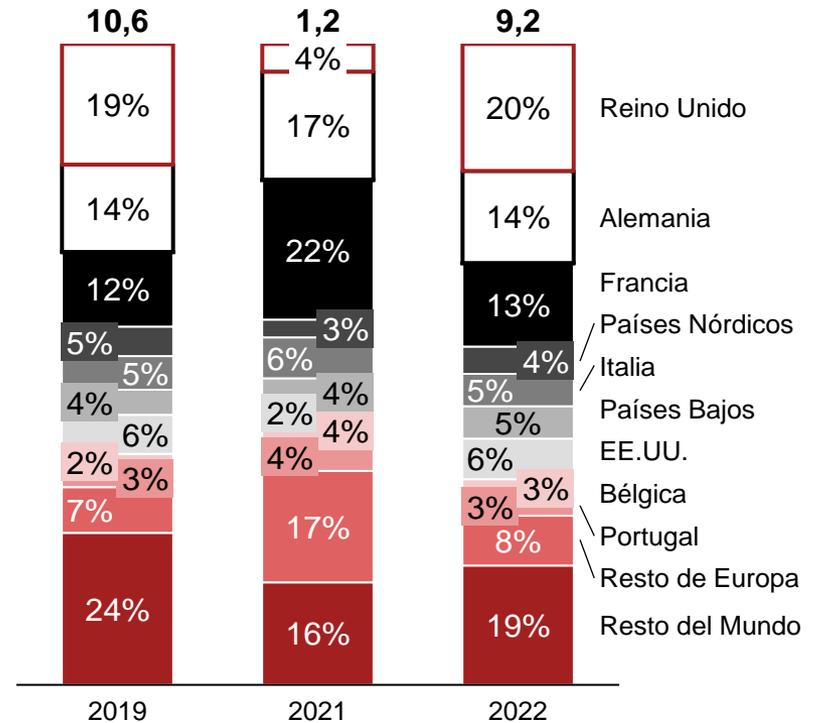
# El turismo internacional acelera su recuperación en el Q2, aumentando en casi 20 puntos su peso respecto al Q1

## Evolución en el número de viajeros

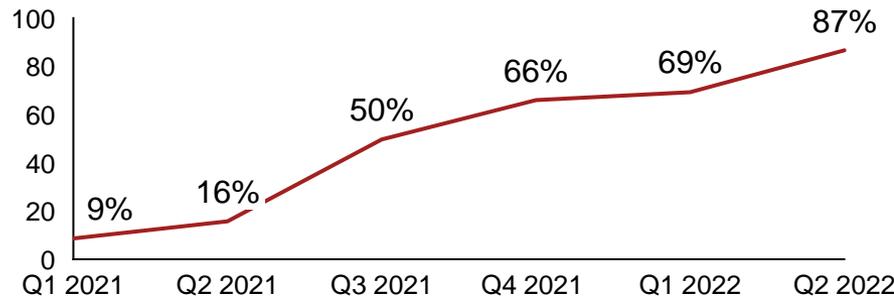
Distribución de turistas que se alojaron en un hotel según su origen (abril-mayo) [Millones de turistas]



Distribución de turistas internacionales según país de origen (abril-mayo) [Millones de turistas]



Peso turismo internacional [Base 100 mismo Q 2019]



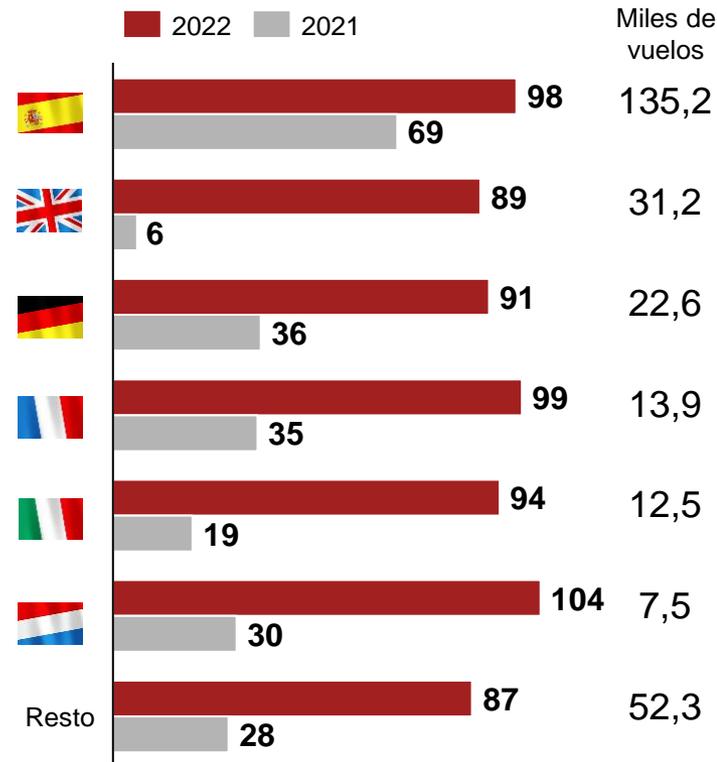
El turismo nacional supera los niveles de 2019, mientras que los principales países emisores recuperan su cuota de mercado y se sitúan en un 87% de los niveles de 2019, lastrado por el turismo asiático (Resto del Mundo)

# La recuperación del tráfico se consolida, a pesar de que sólo Países Bajos supera los niveles de pasajeros de 2019

## Histórico – Tráfico aéreo (marzo, abril y mayo)

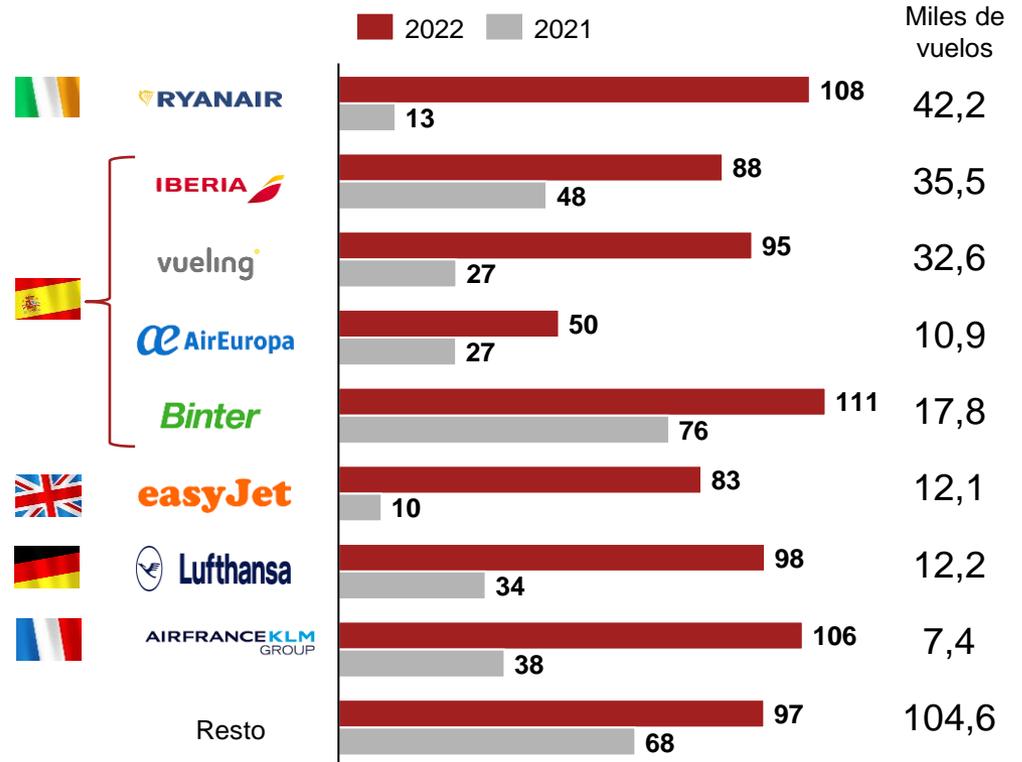
### Pasajeros destino España por país de origen

[Base 100 2019 / Miles de vuelos en 2022]



### Número de vuelos con destino España por compañía

[Base 100 2019/ Miles de vuelos en 2022]



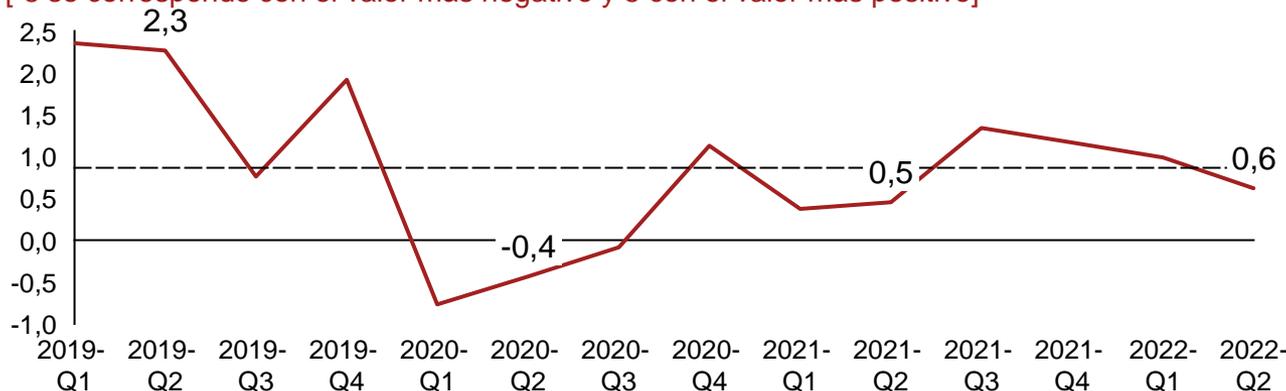
Las principales compañías recuperan sus frecuencias aéreas ante el aumento de pasajeros

# El sentimiento neto del viajero, a pesar de la situación inflacionista, se mantiene positivo en el Q2 de 2022

## Sentimiento del viajero

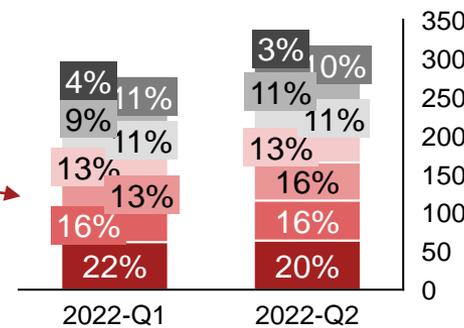
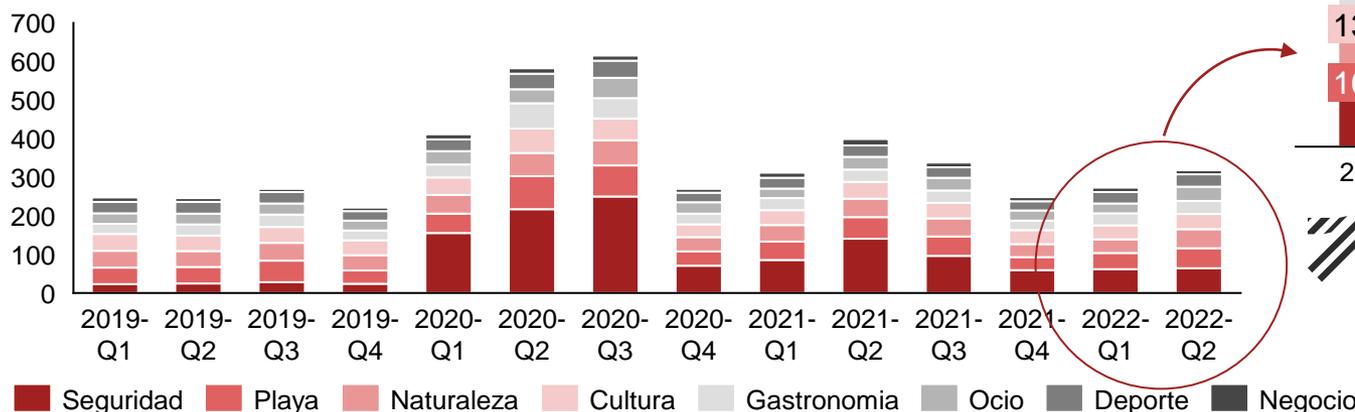
### Evolución del sentimiento neto\* del turista hacia España

[-5 se corresponde con el valor más negativo y 5 con el valor más positivo]



El sentimiento del turista mantiene su tendencia decreciente ante la incertidumbre económica

### Evolución de las menciones internacionales de España [Números absolutos, miles]



La subida de precios preocupa a los usuarios, aumentando el número de post relacionados

\* Sentimiento Neto: 5\*(Menciones Positivas – Menciones Negativas)/(Menciones Positivas + Menciones Negativas). El valor histórico del sentimiento neto ha variado respecto al informe anterior por un cambio en el modelo de análisis de la herramienta utilizada  
Fuente: Redes Sociales, Blogs y Foros, Análisis PwC

# El sentimiento internacional hacia España se resiente ante el aumento de precios, pero se recupera el nacional

## Sentimiento del viajero

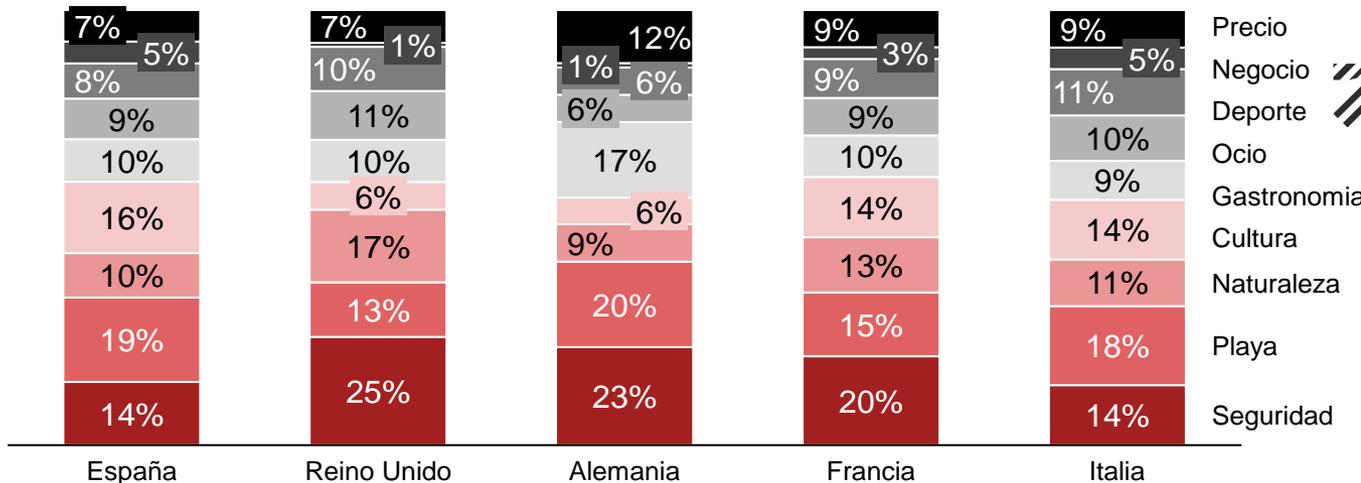
### Evolución del sentimiento neto del turista hacia España

[-5 se corresponde con el valor más negativo y 5 con el valor más positivo]



La esperada reactivación del turismo recupera el ánimo de los españoles, aumentando el sentimiento neto hacia España

### Menciones internacionales de España en Q2 2022 [Porcentaje relativo por temática]

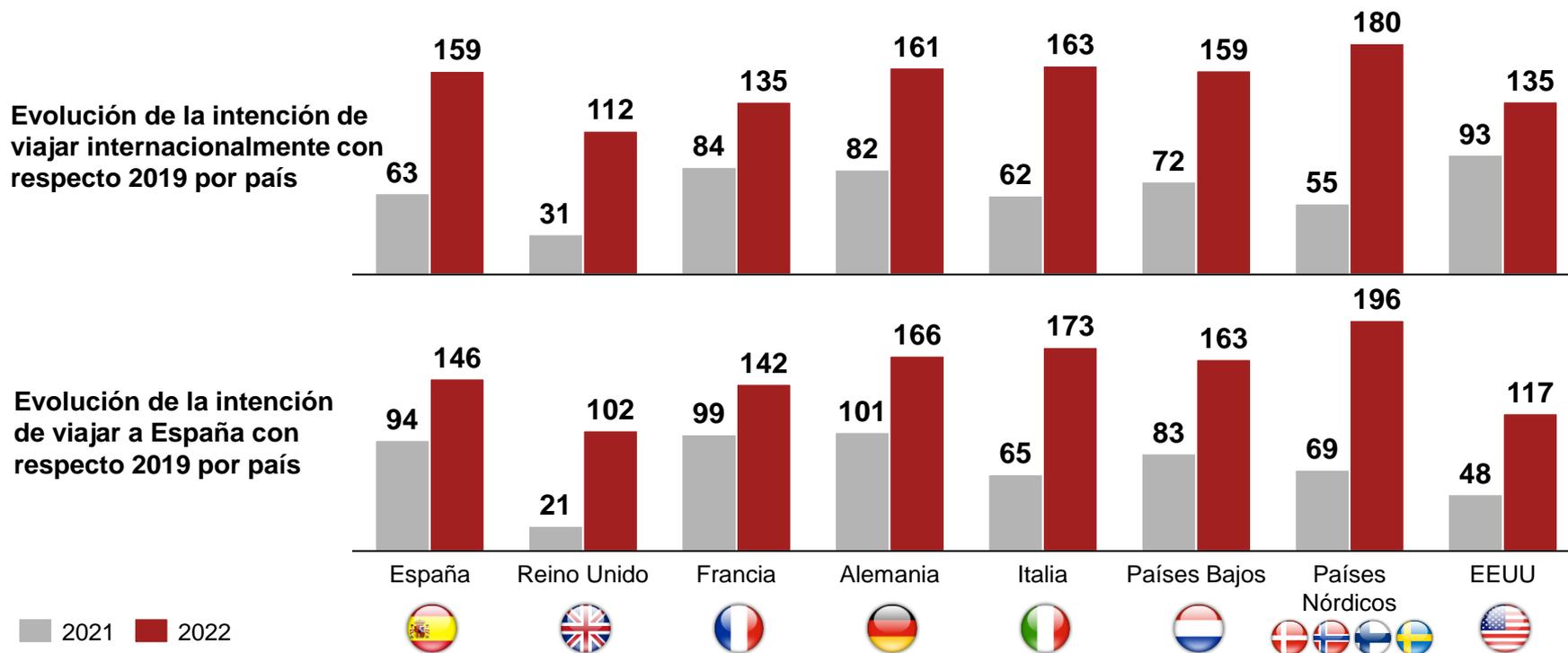


Reino Unido y Alemania mantienen su preocupación por la seguridad, mientras que España e Italia mantienen como su principal foco de interés la Playa y el Sol

# La intención de viaje a España se dispara en el Q2 de 2022, con los países nórdicos duplicando los valores de 2019

## Tendencias – Intención de viaje internacional y a España (abril-junio)

Google Travel Insights metric normalizado por País [Base 100 2019]



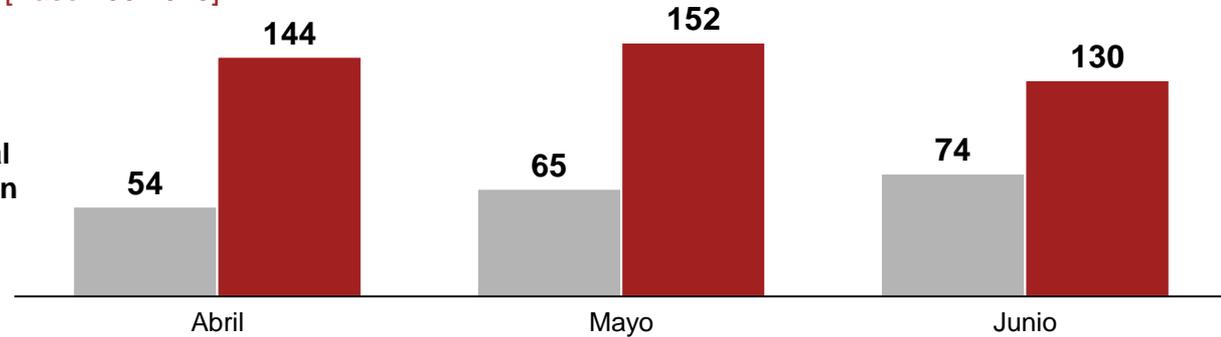
El interés por el viaje internacional se reactiva en todos los países, superando los niveles de 2019. España se refuerza tras la pandemia, con intenciones de viaje mas de un 50% superiores a 2019 en países como Alemania, Italia, Países Bajos y los países nórdicos (estos un 96% por encima). Además, el turismo británico se recupera definitivamente situándose en una intención de viaje similar a 2019

# El turismo internacional supera la intención de viaje, que puede verse alterada por la inestabilidad económica

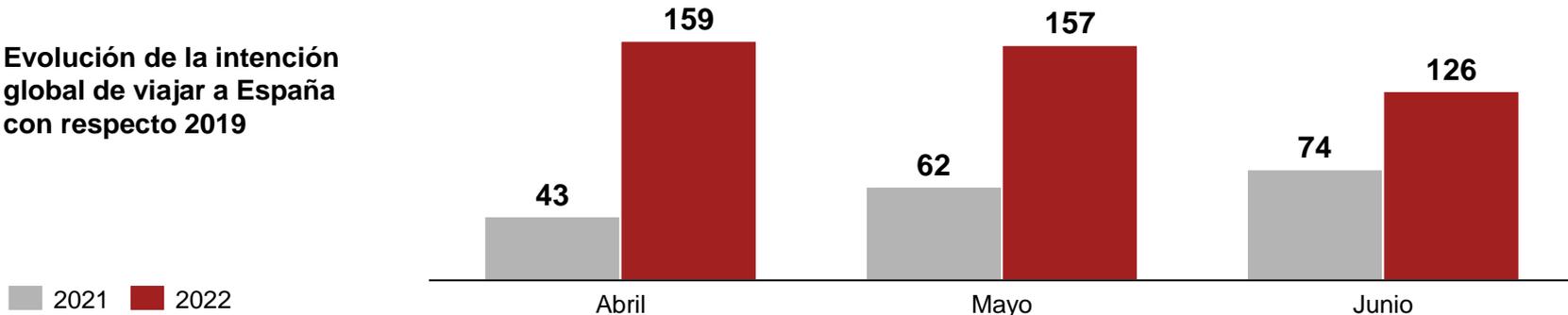
## Tendencias – Intención de viaje internacional y a España (abril-junio)

Google Travel Insights metric [Base 100 2019]

Evolución de la intención global de viajar internacionalmente con respecto 2019



Evolución de la intención global de viajar a España con respecto 2019



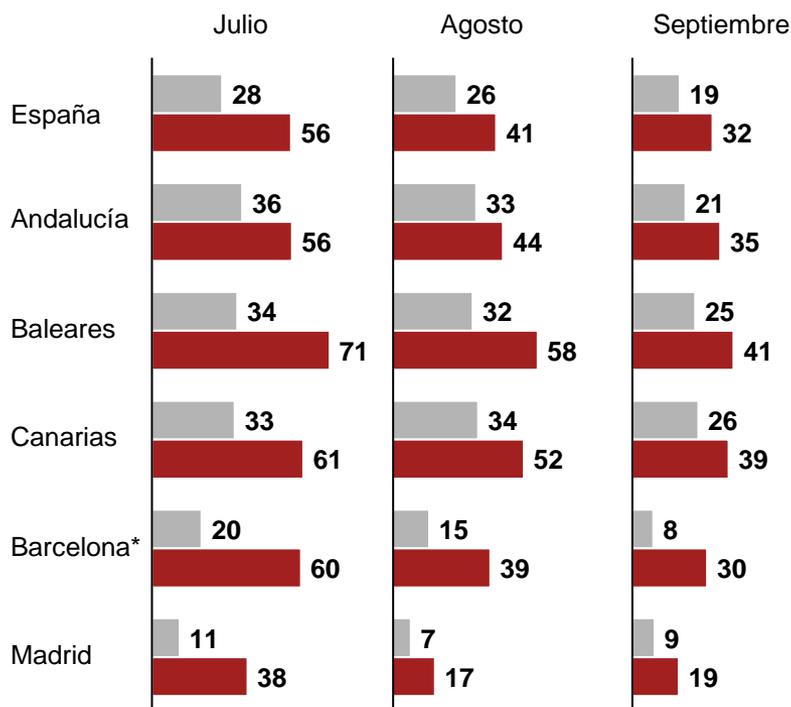
El interés por viajar se mantiene fuerte tras superar la pandemia, excediendo en un 50% los niveles de 2019 en Abril y Mayo. Sin embargo, la inestabilidad económica y la subida de precios está causando reorganizaciones en los viajes afectando a la intención de viajar

# Verano 2022 arranca con una cartera sustancialmente superior a la de 2021, pero con cancelaciones aún elevadas

## Indicadores de la posición de cartera

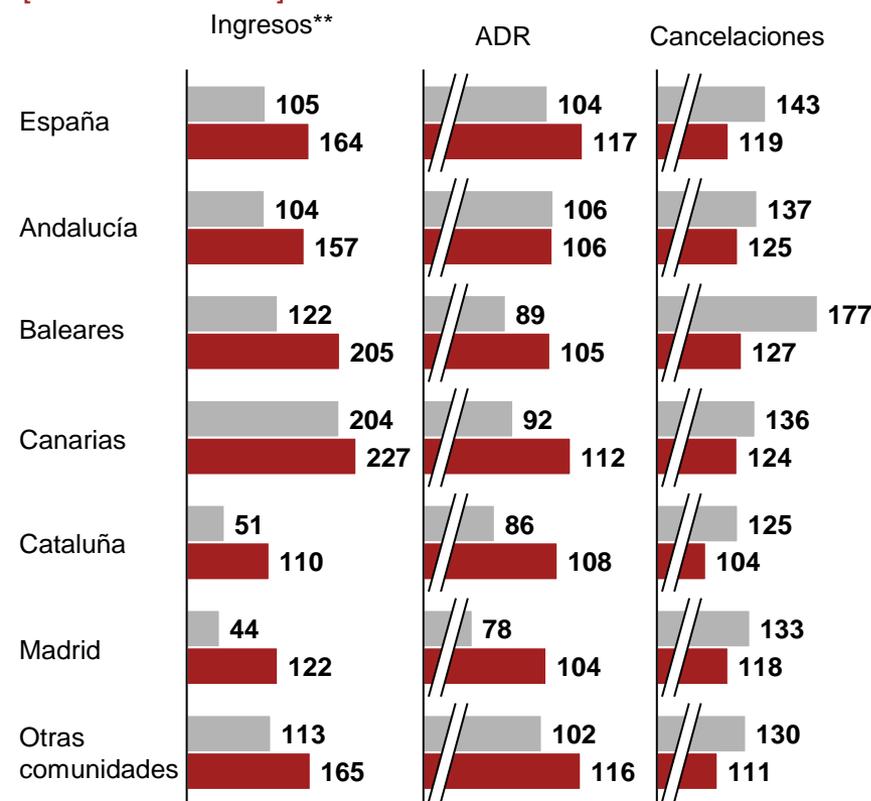
■ 2021 ■ 2022

Ocupación (On the book) a 22 de junio [STR] [%]



Madrid y Barcelona ratifican la recuperación del turismo urbano, triplicando los niveles de reserva en 2021, mientras que la reservas para septiembre se mantienen solidas (32% de cartera)

Canal directo (On the book) a 1 de julio [Mirai]  
[Base 100 Q3 2019]



A pesar del importante crecimiento del canal directo (especialmente en el turismo vacacional), el sector muestra un crecimiento muy relevante

\* La información se corresponde con Barcelona provincia.

\*\* Estos valores se refieren a venta directa, cuya cuota frente al resto de canales ha crecido considerablemente tras la pandemia  
Datos: Mirai, STR, Análisis PwC

Muchas gracias

